

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEP**

#### **1.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1. Komunikasi Massa**

###### **2.1.1.1. Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan (informasi, gagasan) kepada orang banyak (khalayak, audience, penonton, pemirsa, pembaca, publik) melalui media. Komunikasi massa disebut juga komunikasi melalui media massa, baik media cetak, media elektronik, atau internet. Definisi komunikasi yang paling sederhana dan populer dikemukakan oleh John R. Bittner, “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang”. Definisi komunikasi massa lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Geogre Gerbner. Menurutnya, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkesinambungan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Meskipun berbeda-beda, pada hakikatnya komunikasi massa memiliki kesamaan, kendati terdapat perbedaan antara Ahli psikologi sosial dengan ahli komunikasi dalam komunikasi massa. Ahli psikologi sosial mengatakan, komunikasi massa tidak selalu dengan menggunakan media massa. Berpidato di lapangan yang disaksikan banyak orang, asal dapat menunjukkan perilaku massa (massa behavior), sudah dapat dikatakan komunikasi massa. Ahli komunikasi berpendapat bahwa komunikasi massa (mass communication) merupakan komunikasi melalui media massa. Jelasnya komunikasi massa bagi ahli komunikasi merupakan singkatan dari komunikasi media massa (mass media communication). Lebih jelasnya, tentu komunikasi yang menggunakan media massa, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah atau radio, televisi, atau e-news. (Effendy, 1986). (Mondry 2008:14)

Pool mendefinisikan komunikasi massa sebagai, komunikasi yang berlangsung dalam situasi interposed ketika antara sumber dan penerima tidak

terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi. (Wiryanto, 2006)

Definisi komunikasi massa menurut bittner yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitner (Rakhmat, seperti yang disitir komala, dalam karnilh, dkk. 1999), yakni: Komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is messages communicated through a mass medium to large number off people*).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi mass itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang di hadiri oleh ribuan bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya di kenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah – keduanya di sebut dengan media cetak; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah bioskop.

#### **2.1.1.2. Karakteristik Komunikasi Massa**

Berikut ini delapan karakteristik komunikasi massa :

a) **Komunikator kelembagaan**

Dengan mengingat kembali pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Maka, proses komunikasi massa harus melalui tahapan demi tahapan. Misalnya dalam produksi surat kabar, suatu berita atau artikeltidak akan dimuat sebelum melalui pemeriksaan penanggung jawabrubik, korektor, layouter, hingga tahap cetak.

b) **Pesan Bersifat Umum**

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditunjukan untuk semua orang, atau dengan kata lain tidak ditunjukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun

tidak semua fakta dan peristiwa dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting, menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.

c) Komunikasi Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan dalam komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari beberapa lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, budaya, agama dan tingkat ekonomi.

d) Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibanding komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan, komunikasi yang banyak tersebut secara serempak dalam waktu yang sama memperoleh pesan yang sama pula.

e) Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi merujuk pada muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan merujuk pada bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimanahubungan para peserta komunikasi. Dalam komunikasi antar pesona yang diutamakan adalah unsur hubungan. Semakin saling mengenal antar pelaku komunikasi, maka komunikasi kan semakin efektif. Sedangkan dalam komunikasi massa berbeda, komunikator tidak harus saling mengenal dengan komunikannya, begitu pun sebaliknya.

f) Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain memiliki ciri yang merupakan keunggulan, ada juga ciri yang merupakan kelemahan dari komunikasi massa. Karena komunikasi massa dilakukan melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan

pun aktif menerima pesan, namun diantar keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana dalam komunikasi antarpersona. Dengan kata lain, komunikasi massa bersifat satu arah.

g) Stimulasi Alat Indra Terbatas

Salah satu ciri yang merupakan kelemahan komunikasi massa adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa yang digunakan. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran, khalayak hanya mendengar. Sedangkan pada media televisi dan film kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

h) Umpan Balik Tertunda (Delayed) Atau Tidak Langsung (Indirect)

Umpan balik atau feedback sebagai respon mempunyai volume yang tidak terbatas pada komunikasi antarpersona. Seorang komunikator bukan saja memperhatikan ucapan komunikannya, tetapi juga mata, gerak bibir, posisi tubuh, intonasi suara dan gerakan lainnya yang dapat komunikator artikan. Semua simbol tersebut merupakan umpan balik yang bersifat langsung (direct feedback) atau umpan yang bersifat segera (immediate feedback). Sedangkan dalam komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (indirect) dan tertunda (delayed). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima melalui telepon, email, media sosial, maupun surat pembaca. Proses penyampaian umpan balik komunikasi massa bersifat tidak langsung. Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan sarana tadi menunjukkan bahwa umpan balik komunikasi massa bersifat tertunda. (Ardianto, 2007)

### **2.1.1.3. Fungsi Komunikasi Massa**

Menurut Effendy (1993) fungsi komunikasi tidak terlepas dari :

a) Fungsi Informasi

Fungsi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak

media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

b) Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

c) Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan dan artikel. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

d) Fungsi Menghibur

Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca beritanya ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali. (Ardianto, 2007).

#### **2.1.1.4. Etika Komunikasi Massa**

Etika komunikasi massa diterapkan perusahaan media massa ketika menjalankan proses komunikasi. Hendaknya etika tersebut selalu menjadi pedoman bagi media massa dalam menyampaikan informasi. Salah satu peran penting etika komunikasi massa adalah menjadi pedoman bagi para pekerja media dalam mencari, meliput, dan melaporkan informasi kepada masyarakat.

Filsafat moral yang berkenaan kewajiban-kewajiban pers tentang penilaian pers yang baik dan pers yang buruk. Dengan kata lain, etika pers adalah ilmu atau studi tentang peraturan-peraturan yang mengatur tingkah laku pers atau apa yang seharusnya dilakukan oleh orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pers (Ardianto,dkk 2007 : 196).

### 2.1.2. Penyiaran

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *Broadcasting* adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di suatu tempat.

Broadcasting adalah suatu proses pengiriman sinyal ke berbagai lokasi secara bersamaan baik melalui satelit, radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan lain sebagainya, dan bisa juga didefinisikan sebagai layanan server ke client yang menyebarkan data kepada beberapa client sekaligus dengan cara paralel dengan akses yang cukup cepat dari sumber video atau audio. Kalimat broadcasting berlaku pada dunia pertelevisian dan radio. Dimana dunia broadcasting ini selalu menarik perhatian bagi masyarakat khususnya untuk kalangan remaja. Jenis produksi yang diproses oleh perusahaan broadcasting antara lain : Profile Perusahaan (Corporate Profile), Program Televisi (TV Program), Musik Video (Video Clip), Iklan Televisi (TV Commercial). Aktivitas penyiaran tidaklah semata merupakan kegiatan ekonomi, tetapi juga memiliki peran sosial yang tinggi sebagai medium komunikasi (Changara, 2010:56). Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian ide, gagasan dan atau opini dari seseorang yang disebut komunikator yang ditujukan kepada sejumlah sasaran dalam hal ini adalah komunikan. secara umum, broadcasting merupakan sajian program acara dalam proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk menghibur dan mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak penyiaran.

Berikut adalah pengertian Broadcasting menurut para ahli:

a) Ben H. Henneke

Seorang ahli radio siaran mengartikan Broadcasting (Penyiaran) adalah “Radio Announcing is nothing more than an attempt to communicate information may reach millions, it is directed to to the individual listener and the communication is complete only when the listener hears, comprehends, is interested and then act upon what he hears”(Penyiaran tidak lain adalah hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun

informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukannya pada pendengar secara perorangan dan komunikasi tersebut sempurna bila pendengar mendengarkan, mengerti, dan merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar itu)

b) J. B. Wahyudi (1996)

- a) Proses komunikasi suatu titik ke audiens, yaitu suatu proses pengiriman informasi dari seseorang atau produser (profesi) kepada masyarakat melalui proses pemancaran elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi.
- b) Penyiaran yang merupakan padanan kata broadcasting yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, baik di darat maupun di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarkanluaskan dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu.
- c) Menurut Undang – Undang Nomor 32, Tahun 2002

Penyiaran yang disebut broadacating memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spectrum frekwensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Dari ketiga pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Penyiaran (Broadcasting) adalah proses pengiriman informasi atau pemancarluasan siaran ke berbagai lokasi melalui proses pemancaran elektromagnetik, untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat (khalayak) dengan meggunakan perangkat penerima siaran seperti radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan media lainnya.

Dengan demikian menurut definisi di atas maka terdapat lima syarat mutlak yang harus dipenuhi untuk dapat terjadinya penyiaran. Jika salah satu syarat tidak ada maka tidak dapat disebut penyiaran. Kelima syarat itu jika diurut berdasarkan apa yang pertama kali harus diadakan adalah sebagai berikut:

- a) Harus tersedia spektrum frekuensi radio
- b) Harus ada sarana pemancaran (transmisi)
- c) Harus adanya perangkat penerima siaran (receiver)
- d) Harus adanya siaran (program atau acara)
- e) Harus dapat diterima secara serentak/bersamaan

### **2.1.2.1. Sejarah Penyiaran**

Sejarah media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sejarah media penyiaran sebagai penentu teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai suatu industri. Sejarah media penyiaran sebagai penemu teknologi berawal dari ditemukannya radio oleh para ahli Teknik di Eropa dan Amerika.

Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya Hertz itu kemudian dilanjutkan oleh Guglielmo Marconi (1874 – 1973) dari Italia yang sukses mengirim sinyal morse berupa titik dan garis-garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirimkan Marconi itu berhasil menyebrangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik.

Peran Radio dalam penyampaian pesan mulai diakui pada tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan seluruh penumpang kapal laut yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Radio menjadi medium yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang mulai melirik media ini. Stasiun radio pertama kali muncul pada tahun 1920 oleh seorang ahli Teknik bernama Frank Conrad di Pittsburgh AS, yang berawal dari hobi dan secara iseng-iseng membangun sebuah pemancar radio di garasi rumahnya. Stasiun Conrad itu kemudian diberi nama



KDKA dan masih mengudara hingga saat ini serta menjadikannya sebagai stasiun radio tertua di Amerika dan mungkin dunia. Rachman (2016 :2-3)

#### **2.1.2.2. Tujuan Penyiaran**

Adapun Tujuan Penyiaran, berikut beberapa tujuan penyiaran menurut undang-undang No. 32 Tahun 2002:

1. Memperkukuh integrase nasional
2. Mencerdaskan kehidupan bangsa
3. Terbinanya watak jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa
4. Menumbuhkan industry penyiaran Indonesia
5. Memajukan kesejeterahan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera

#### **2.1.2.3. Ruang Lingkup Penyiaran**

Ada beberapa ruang lingkup dalam Broadcasting, yaitu meliputi :

- a. Presenter
- b. Kameramen
- c. Wartawan Media
- d. Dunia perfilman, seperti : Sutradara, Produser, Editing dll.

Ada banyak sekali keahlian yang dibutuhkan untuk menjalankan sebuah stasiun radio apalagi televisi. Beberapa profesi yang sangat populer adalah penyiar radio, presenter televisi dan produser. Selebihnya mungkin masih sangat jarang kita dengar sambil kita kuliah, ada baiknya mendekatkan diri ke berbagai bisnis. Radio dan, khususnya televisi sangat membutuhkan orang-orang yang kreatif, inovatif dan produktif.

#### **2.1.2.4. Proses Penyiaran**

Industri penyiaran di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat belakangan ini. Regulasi bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan memerlukan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran. Berbagai media penyiara saat ini mulai dibuka. Industri penyiaran saat ini telah mencapai

tingkat persaingan yang tajam, sehingga dibutuhkan strategi yang baik untuk memenangkan persaingan.

Keberhasilan media penyiaran ditopang oleh tiga pilar utama yaitu program, pemasaran, dan teknik. Pengelola media media penyiaran tidak dapat mengabaikan salah satu dari tiga pilar utama ini. Strategi pengelolaan yang baik terhadap ketiga bidang tersebut akan membawa keberhasilan media penyiaran.

Pendidikan penyiaran di perguruan tinggi tidak harus memberikan pengetahuan yang memadai pada ketiga pilar penyiaran ini. Pengetahuan broadcasting tidak hanya sebatas pada pengetahuan jurnalistik atau pemberitaan saja, tapi juga berhubungan dengan hukum, karena hal ini menyangkut segala aspek baik mengenai pendirian, pemilikan maupun hal yang dibuat atau prosesnya yang itu semua diatur dengan undang-undang.

Pengetahuan mengenai program, pemasaran dan teknik mutlak diperlukan guna menunjang perkembangan media penyiaran. Kesulitannya adalah jarang sekali ada orang yang sekaligus menguasai dan berpengalaman pada ketiga bidang tersebut. Mereka hanya bekerja di bagian program atau pemasaran bahkan jarang sekali merupakan orang-orang yang terdidik untuk bidang dimaksud. Semuanya dipekerjakan begitu saja dengan cara learning by doing.

Penyiaran dalam prosesnya tidak lepas dari sejarahnya, karena bermula dari sanalah mulai dibentuk sistem kerja penyiaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga penyiaran sesuai dengan teknik dan media yang digunakan seperti radio dan televisi.

Radio pada awalnya cenderung diremehkan, dan perhatian kepada penemuan baru itu hanya terpusat sebagai alat elektronik transmisi. Radio lebih banyak digunakan oleh militer dan pemerintahan untuk kebutuhan penyampaian informasi dan berita. Radio lebih banyak dimanfaatkan para penguasa untuk tujuan yang berkaitan dengan ideologi dan politik secara umum. Sedangkan kemunculan televisi pada awalnya ditanggapi biasa saja oleh masyarakat. Harga televisi ketika itu masih mahal, selain itu belum tersedia banyak program untuk disaksikan. Pengisi acara

televisi pada masa itu bahkan meragukan masa depan dunia pertelevisian. Mereka tidak yakin televisi dapat berkembang dengan pesat.

Di Indonesia sendiri, siaran televisi dimulai pada tahun 1962. Kemudian gerakan reformasi pada tahun 1998 memicu perkembangan industri media massa khususnya televisi. Seiring dengan itu, kebutuhan masyarakat terhadap informasi juga semakin bertambah. Dan setelah Undang-Undang Penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah televisi baru di Indonesia diperkirakan akan terus bermunculan, khususnya di daerah, yang terbagi dalam empat kategori yaitu, televisi publik, swasta, berlangganan dan komunitas. Hingga Juli 2002, jumlah orang yang memiliki pesawat televisi di Indonesia mencapai 25 juta. Kini penonton televisi Indonesia benar-benar memiliki banyak pilihan untuk menikmati berbagai program televisi.

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan diantara sesama media penyiaran, misalnya antara radio dan televisi, terdapat berbagai perbedaan sifat. Upaya menyampaikan informasi secara audio dan audiovisual, masing-masing memiliki kelebihan tetapi juga kelemahan. Penyebabnya adalah sifat fisik masing-masing jenis media, seperti (Wahyudi, 1992:11):

a. Radio

- a) Dapat di dengar Ketika siaran di putar
- b) Dapat di dengar Kembali Ketika di putar Kembali
- c) Daya rangsang rendah
- d) Elektris
- e) Relative murah
- f) Daya jangkau terbatas

b. Televisi

- a) Dapat didengar dan di lihat Ketika ada siaran
- b) Dapat didengar dan di lihat Kembali Ketika di putar Kembali
- c) Daya rangsang sangat tinggi
- d) Elektris

- e) Mahal
- f) Daya jangkau besar

Televisi dan radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu. Artinya, siaran dari suatu media televisi maupun radio dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu).

Televisi karena bentuknya yang dapat menampilkan gambar dan suara sekaligus, maka media yang satu ini dapat menarik perhatian masyarakat lebih banyak dari media lainnya, yang mana kemudiannya dapat mempengaruhi pikiran hingga perilaku khalayak pemirsanya. Kemampuan televisi melampaui media lain dalam menarik perhatian khalayak ditunjang oleh budaya masyarakat Indonesia yang lebih kuat dalam hal budaya lisan. Pengaruh televisi dalam menarik perhatian masyarakat, dapat kita lihat ketika televisi telah menguasai jarak sosial dan geografis. Acara-acara yang ditampilkan oleh media televisi lebih memiliki pengaruh dari pada media lainnya seperti radio, surat kabar, majalah, ataupun tabloid (Darwanto 2007 :119).

Siaran televisi sesuai dengan sifatnya yang dapat diikuti secara audio dan visual (suara atau gambar) secara bersamaan oleh semua lapisan masyarakat, maka siaran televisi tidak dapat memuaskan semua lapisan masyarakat. Siaran televisi dapat membuat kagum dan memukau sebagian penontonnya, tetapi sebaliknya siaran televisi dapat membuat jengkel dan rasa tidak puas bagi penonton lainnya. Suatu program mungkin disukai oleh kelompok masyarakat terdidik, namun program itu akan ditinggalkan kelompok masyarakat lainnya.

Berbeda dengan stasiun radio, stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum dan peraturan yang berlaku. Pengelola

stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreativitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik.

#### **2.1.2.5. Program penyiaran**

Berbagai jenis program siaran dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu Program Informasi (berita) dan Program Hiburan (entertainment). Program informasi kemudian dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu berita keras (hard news) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan dan berita lunak (soft news) yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas tiga kelompok besar, yaitu musik, drama permainan (game show), dan pertunjukan.

##### **a) Program Informasi**

Manusia pada dasarnya memiliki sifat ingin tahun yang besar. Mereka ingin tahu apa yang terjadi ditengah masyarakat. Programmer dapat mengeksplorasi rasa ingin tahu orang ini untuk menarik sebanyak mungkin audien. Program informasi di televisi, sesuai dengan namanya, memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap sesuatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang “dijual” kepada audien. Dengan demikian, program informasi tidak hanya melulu program berita dimana presenter atau penyiar membacakan berita tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk juga seperti talk show (perbincangan), misalnya wawancara dengan figur-figur masyarakat, artis, tokoh, orang terkenal atau siapa saja.

Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu berita keras (hard news) dan berita lunak (soft news)

##### **b) Berita Keras**

Berita keras atau hard news adalah segala informasi penting dan/atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Peran televisi

sebagai sumber utama hard news bagi masyarakat cenderung untuk terus meningkat. Media penyiaran adalah media yang paling cepat dalam menyiarkan berita kepada masyarakat. Dalam berita-berita mengenai konflik, televisi menjadi medium informasi yang paling dipercaya. Hal ini disebabkan televisi menyajikan gambar yang menjadi bukti yang tak terbantahkan. Pada umumnya stasiun televisi menginvestasikan dana dalam jumlah yang cukup besar untuk kegiatan pemberitaan dalam porsi waktu siaran yang cukup besar.

Berita keras disajikan dalam suatu program berita yang berdurasi mulai dari beberapa menit saja hingga program berita yang berdurasi tiga puluh (30) menit, bahkan satu jam. Suatu program berita terdiri atas sejumlah berita keras atau dengan kata lain suatu program beritamerupakan kumpulan dari berita keras. Dalam hal ini berita keras dapat dibagi kedalam beberapa bentuk berita yaitu: straight news, feature, dan infotainment.

a) Straight News

Straight news berarti langsung, maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengannya menyajikan informasi terpenting saja mencakup 5W+1H (who, what, where, when, why, dan how) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu (deadline) karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada audien.

b) Feature

Feature adalah berita ringan namun menarik. Pengertian menarik disini adalah informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Namun adakalanya suatu feature terkait dengan suatu peristiwa penting, atau dengan kata lain terikat dengan waktu, dan karena itu harus segera disiarkan dalam suatu program berita.

c) Infotainment

Infotainment disini bukanlah diartikan sebagai berita hiburan atau berita yang memberikan hiburan. Infotainment adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (celebrity), dan karena

sebagian besar dari mereka bekerja pada industri hiburan, pemain film, penyanyi dan sebagainya, maka berita mengenai mereka disebut juga dengan infotainment. Infotainment adalah salah satu bentuk berita keras karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan.

#### d) Berita Lunak

Berita lunak atau soft news adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (in-depth) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri diluar program berita.

#### e) Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (game), musik, dan pertunjukan. Dikalangan masyarakat, melihat maupun mendengarkan hiburan di media massa merupakan penghibur lara. Dimana ketika keadaan atau suasana sedang tidak baik, maka menyaksikan hiburan adalah solusi yang ampuh untuk menghilangkan rasa jenuh.

### **2.1.3. Pengertian Minat**

Minat adalah sebagai sebab, yaitu kekuatan pendorong yang memaksa seseorang menaruh perhatian pada orang, situasi, atau aktifitas tertentu dan bukan pada yang lain, atau minat sebagai akibat yaitu pengalaman efektif yang disimular oleh hadirnya seseorang atau sesuatu objek, atau karena berpartisipasi dalam suatu aktifitas. (Berdasarkan beberapa pengertian Minat menurut para ahli tersebut kemudian dapat kita Tarik suatu kesimpulan bahwa minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan adanya pengertian subjek terhadap objek yang menjadi sasaran karena objek tersebut menarik perhatian dan menimbulkan perasaan senang sehingga cenderung kepada objek tersebut.

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun

membuktikan lebih lanjut (Walgito 1981). sedangkan menurut (Witherington 1985) minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, situasi maupun suatu soal tertentu yang menyangkut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar

Minat dapat dikatakan sebagai dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan dan mencapai suatu target tertentu. Minat menjadikan seseorang pembelajar sungguh – sungguh mengalami pembelajaran karena dorongan yang di timbulkan dari hati secara terus-menerus dan semakin kuat sehingga ia sendiri memotivasi dirinya sendiri dan memampukan dirinya untuk melakukan ssesuatu hal tertentu (Sutrisno, M.Kom. 2020 – h 10-11).

Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya”. Hal ini menggambarkan bahwa minat dapat ditumbuhkan dan dikembangkan. (Slameto 2003). Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian.

Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenisjenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas.

Olivia (Nurhasanah & Sobandi, 2016: 128–135) mengemukakan pengertian minat belajar adalah sikap ketaatan pada kegiatan belajar, baik menyangkut perencanaan jadwal belajar maupun inisiatif melakukan usaha tersebut dengan sungguh-sungguh.

Menurut (Smadi 2012), faktor-faktor yang menimbulkan Minat dapat digolongkan sebagai berikut :



- a) Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- b) Faktor motif sosial, timbulnya Minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- c) Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu

#### **2.1.3.1. Jenis-jenis Minat**

Secara umum minat dapat terbagi menjadi 2 (Dua) jenis, yaitu minat Vokasiol dan minat Avokasional :

##### **1. Minat Vokasional**

Minat Vokasional merupakan minat terhadap bidang-bidang pekerjaan. Minat vokasional dibagi menjadi minat Profesional, Minat Komersial, dan Minat Kegiatan Fisik

##### **a. Minat Profesional**

Beberapa contoh minat professional yaitu pada bidang keilmuan, seni , dan kesejahteraan social

b. Minat Koersial

Beberapa contoh minat komersial, yaitu minat pada bidang pekerjaan, akuntansi, dan dunia usaha, periklanan, kesektariatan, dan jual beli

c. Minat Kegiatan Fisik

Contoh minat pada kegiatan fisik, yaitu minat pada bidang mekanik, olahraga dan kegiatan luar lainnya

2. Minat Avokasional

Minat Avokasional merupakan minat terhadap suatu hal yang dilakukan memperoleh kepuasan atau dilakukan atas dasar hobi, beberapa contoh minat avocational, yaitu petualang, hiburan, apresiasi, dan ketelitian.

**2.1.4. Bermain**

Menurut A. Martuti (2012;14) Bermain adalah suatu kegiatan menyenangkan dan paling digemari oleh anak-anak pada masa prasekolah, dan sebagian waktu anak digunakan untuk bermain sehingga para ahli berpendapat bahwa usia prasekolah adalah usia bermain. Bermain memiliki manfaat yang besar bagi perkembangan anak, dan sarana untuk menggali pengalaman belajar yang sangat berguna untuk anak, misalnya pengalaman bersosialisasi dengan teman, menambah pembendaharaan kata, menyalurkan perasaan dalam kegiatan permainan.

Bermain (*play*) merupakan istilah yang digunakan secara bebas sehingga arti utamanya mungkin hilang. arti yang paling tepat ialah setiap kegiatan yang dilakukan untuk kesenangan yang ditimbulkannya, tanpa mempertimbangkan hasil akhir. Bermain dilakukan secara suka rela dan tidak ada paksaan atau tekanan dari luar. Piaget menjelaskan bahwa bermain “terdiri atas tanggapan yang diulang sekedar untuk kesenangan fungsional.” Menurut Bettelheim kegiatan bermain adalah kegiatan yang “tidak mempunyai peraturan lain kecuali yang ditetapkan pemain sendiri dan tidak ada hasil akhir yang dimaksudkan dalam realitas luar” (Hurlock, 1997.hal:320).

Istilah bermain berasal dari kata dasar “main” yang mendapat imbuhan “ber-an”. Dalam kamus besar Indonesia, main adalah berbuat sesuatu yang menyenangkan hati dengan menggunakan alat atau tidak. Menurut Mayke S. Tedjasaputra yang penting dan perlu ada didalam kegiatan bermain adalah rasa senang yang ditandai oleh tertawa (dalam Nugroho,2005)

### **2.1.5. Sepak Bola**

Sepak bola adalah salah satu olahraga yang sangat populer di dunia. Dalam pertandingan, olahraga ini dimainkan oleh dua kelompok berlawanan yang masing-masing berjuang untuk memasukkan bola ke gawang kelompok lawan. Masing-masing kelompok beranggotakan sebelas pemain, dan karenanya kelompok tersebut juga dinamakan kesebelasan.

Sepak bola merupakan jenis olahraga yang memiliki kekuatan magis untuk membangkitkan gairah, menggugah gaya, mendobrak selera, dan memunculkan rasa bangga yang sebelumnya tersimpan dalam diri manusia. Poer (2006) menjelaskan, sepak bola saat ini sudah mencerminkan sebagai sebuah kekuatan global, kekuatan politik dan bahkan kekuatan budaya. Sepak bola adalah bismis , identitas, politik dan keyakinan yang termodifikasi melalui penyelenggaraan suatu perayaan yang penuh dengan kegembiraan. Sepak bola menjadi sedemikian besar, kuat, dan berpengaruh karena sepak bola dapat membantu, mulai dari perseorangan hingga negara, merasa menjadi bagian sesuatu yang lebih besar di luar dirinya. Ini semacam proses identifikasi diri, social, dan kebudayaan. Perasaan bagian dari suatu yang lebih besar di luar dirinya ini merupakan sumber energi tersembunyi yang menyimpan rasa percaya diri dan kepuasan tertentu. Percaya diri dan kepuasan yang hanya bisa di peroleh jika menjadi bagian dari suatu yang lebih besar diluar dirinya tersebut. Semuanya bergumul dalam suatu mesin raksasa bernama industry sepak bola (Iswandi Syahputra, (2016:1-2).

#### **2.1.5.1. Teknik Dasar Permainan Sepakbola**

Untuk bermain bola dengan baik pemain dibekali dengan teknik dasar yang baik. Pemain yang memiliki teknik dasar yang baik pemain tersebut cenderung dapat bermain sepakbola dengan baik pula. Beberapa teknik dasar yang perlu

dimiliki pemain sepakbola adalah Menendang ( kicking ), Menghentikan atau Mengontrol ( stoping ), Menggiring ( dribbling ), Menyundul ( heading ), Merampas ( tacling ), Lemparan Kedalam ( throw – in ) dan Menjaga Design by Yuas and R2 Bramistra Gawang ( Goal Keeping ). Dibawah ini akan dijelaskan beberapa teknik Menendang, Menghentikan, dan Menggiring bola dalam permainan Sepakbola.

a. Menendang (Kicking)

Menendang bola merupakan salah satu karakteristik permainan sepakbola yang paling dominan. Tujuan utama menendang bola adalah untuk mengumpan ( passing ), dan menembak kearah gawang ( shootig at the goal ). Dilihat dari perkenaan bagian kaki ke bola, menendang dibedakan menjadi beberapa macam, yaitu Menendang dengan kaki bagian dalam, Menendang dengan kaki bagian luar, dan menendang dengan punggung kaki.

b. Menghentikan bola

Menghentikan bola merupakan salah satu teknik dasar dalam permainan sepakbola yang penggunaannya bersamaan dengan teknik menendang bola. Tujuan menghentikan bola adalah untuk mengontrol bola, yang termasuk didalamnya adalah untuk mengatur tempo permainan, mengalihkan laju permainan, dan memudahkan untuk passing. Tindakan untuk menghentikan bola yang diterima agar mudah dikontrol.

c. Menggiring bola (dribbling)

Pada dasarnya menggiring bola adalah menendang terputus – putus atau pelan, oleh karenanya bagian kaki yang dipergunakan dalam menggiring bola sama dengan bagian kaki yang dipergunakan untuk menendang bola. Menggiring bola bertujuan antara lain untuk mendekati jarak kesasaran, melewati lawan, dan menghambat permainan.

d. Mengumpan (passing)

Sebagai permainan tim, sepak bola mengharuskan para pemainnya untuk menjalin kerja sama yang baik dengan rekan satu tim. Dalam hal ini, melakukan umpan ke rekan satu tim merupakan hal yang harus dikuasai dengan baik oleh setiap

pemain bola. hal ini ditujukan supaya penerima bola tidak kesulitan dalam menerima operan, dan yang paling fatal adalah tidak terjadi salah umpan sehingga bola dikuasai oleh pemain lawan dan membahayakan gawang sendiri.

Operan dalam sepak bola terdiri dari berbagai bentuk, dengan berbagai tujuan. Bentuk operan dalam sepak bola dapat berupa operan datar, umpan lambung, umpan panjang dan pendek, umpan silang (atau dikenal dengan crossing), dan juga umpan terobosan. Umpan yang dilakukan dapat menggunakan kepala (heading) maupun dengan kaki. Tujuan umpan itu sendiri ada yang digunakan untuk memulai penyerangan, memberikan peluang mencetak gol pada penyerang, mengamankan daerah pertahanan, bahkan dapat juga digunakan untuk mengecoh pemain lawan.

e. Menendang ke gawang (shooting)

Tujuan utama dari permainan sepak bola adalah memasukkan bola ke gawang lawan, atau mencetak gol, untuk memenangkan pertandingan. Berbagai cara dilakukan oleh pemain untuk mencetak gol ke gawang lawan.

Dalam upayanya mencetak gol bagi timnya, pemain harus melewati hadangan pemain bertahan dan penjaga gawang lawan. Semakin baik koordinasi pemain bertahan dan semakin tangguh penjaga gawang lawan, maka akan semakin sulit untuk dilewati dan mencetak gol. Kerja sama antar pemain mutlak diperlukan untuk mengecoh pemain bertahan dan menundukkan penjaga gawang lawan.

Dalam mencetak gol, pemain dapat melakukannya dengan berbagai macam cara. Mencetak gol dapat dilakukan dengan sundulan kepala maupun tendangan keras ke arah gawang lawan. Pemain dapat mencetak gol dari dalam daerah penalti maupun dari luar kotak penalti. Bahkan pemain juga dapat mencetak gol melalui tendangan bebas langsung, meskipun harus berhadapan dengan “pagar hidup” pemain lawan.

f. Menyundul (heading)

Selain menggunakan kaki, pemain bola juga sering menggunakan kepalanya untuk mengumpan maupun memasukkan bola ke dalam gawang lawan. Bola yang

melayang di udara menjadi “makanan” bagi kepala untuk mengarahkannya ke rekan satu tim atau ke dalam gawang lawan. Memindahkan bola dengan kepala inilah yang disebut dengan menyundul bola.

Menyundul bola dapat dilakukan dengan beberapa cara. Cara yang paling umum adalah dengan melompat menyemput datangnya bola. Selain dengan melompat ke atas, ada juga pemain yang menyundul bola sambil menjatuhkan badan. Hal ini dilakukan apabila bola yang datang melayang tidak begitu tinggi dari tanah. Cara ini sering mengecoh pemain bertahan dan penjaga gawang lawan, karena biasanya bola yang melayang tidak begitu tinggi dari tanah akan disambut dengan kaki, bukan dengan kepala.

g. Lemparan Kedalam (throw in)

Lemparan bola ke dalam lapangan jika bola telah keluar dari garis permainan.

### **2.1.5 Remaja**

Remaja dapat didefinisikan sebagai suatu peralihan, dari masa anak-anak menuju dewasa. Di masa ini pula, seorang remaja mengalami perubahan dari berbagai aspek, seperti pengetahuan, emosional, sosial juga moral (akhlak). Menurut WHO dalam Marmi (2013), remaja (*adolescence*) ialah mereka yang berusia antara 10 sampai dengan 19 tahun. Sementara dalam terminology yang lainnya, remaja atau anak muda (*youth*) ialah mereka yang berusia 15 sampai dengan 24 tahun.

Pubertas ialah pertumbuhan dan perkembangan seorang remaja. Pada masa ini terjadi perkembangan dan pematangan organ-organ reproduksi dan fungsinya. Seperti salah satunya yang terjadi pada remaja putri mereka mengalami menstruasi pertama atau yang sering disebut *menarche*. Pada masa ini adalah waktu yang tepat dalam pembentukan karakter seseorang, tetapi pada masa ini remaja sangat rentan mengalami kegoncangan dalam mencari jati diri atau identitas kepribadiannya.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu ini, menjadi sebuah referensi terhadap penulis pada penelitian ini pada dasarnya untuk mengetahui minat bermain sepakbola

warga Rw 02 Pondok Kacang Timur, karena memiliki pembahasan yang hampir sama. Berikut ini adalah daftar referensi pada tabel di bawah: Tabel di lembar berikutnya

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama/Judul/Tahun&gt;Nama Jurnal</b>	<b>Isi Penelitian</b>	<b>Teori Peneliti an</b>	<b>Metode Penelitian</b>
<p>Agus Anjar &amp; Gomal Juni Yanris / Pengaruh Siaran Piala Dunia Terhadap Kepemilikan Atribut Sepak Bola Mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau / Volume 8 No. 2 Tahun 2020 / Jurnal Ilmiah Faktual Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh siaran sepak bola piala dunia 2006 terhadap kepemilikan atribut klub sepakbola mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UIN Suska Riau</p>	<p>Donald K. Robert</p>	<p>Metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan statistic yang dimulai dari penghimpuna data, menyusun atau mengatur data, mengolah data, menyajikan dan menganalisa data angka</p>
<p>Ricky Nikita R S, Adi Bayu Mahadian, Nur Atnan / Pengaruh Program Siaran Liga Inggris Di Tv Berbayar Terhadap Perilaku Nonton Bareng Pada Komunitas Suporter Mu Indonesia Regional Bandung /</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang pengaruh program siaran liga inggris di TV berbayar terhadap perilaku nonton bareng pada komunitas supporter MU Indonesia regional Bandung</p>	<p>Morisson</p>	<p>Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang di himpun melalui penyebaran kuisisioner yang telah di siapkan sebelumnya</p>



Vol.3, No.2 Agustus 2016   Page 2591 / e- Proceeding of Management			
Tamri Kardo /Pengaruh Tayangan Liga Utama Inggris Di Tv One Terhadap Minat Bermain Tim Sepak Bola Siswa Smp N 17 Pekanbaru / 1078/Kom- D/Sd-Si/2010 / Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2010	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran tayangan liga utama inggris mampu memberikan dampak positif dan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tayangan liga utama inggris di tv one terhadap minat bermain tim sepak bola siswa smpn 17 Pekan baru	Albert Bandura	Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Metode penelitian berisi lokasi penelitian, subyek dan objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta analisa data
Aji Fatihuridlo / Minat Siswa Smp Negeri 7 Kota Tasikmalaya Dalam Mengikuti Ekstrakurikuler Permainan Bolavoli Tahun Ajaran 2019/2020 / 2021 / Jurusan Pendidikan Jasmani Fakultas Keguruan Dan Ilmu	Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui seberapa besar minat siswa SMP Negeri 7 Kota Tasikmalaya terhadap ekstrakurikuler bola voli	Nurhasanah Sobandi, 2016	Penulis meneliti dengan cara pendekatan kuantitatif, maka dapat digolongkan dalam jenis penelitian deskriptif

Pendidikan Universitas Siliwangi Tasikmalaya			
---	--	--	--

## 2.1 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian, pada dasarnya pengertian ini banyak digunakan bahwa hipotesis adalah jawaban untuk sementara penelitiannya. Untuk secara umum hipotesis merupakan jawaban sementara yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikemudian dapat bisa dibuktikan kebenarannya melalui langkah-langkah ilmiah penelitian tersebut. Untuk penelitian ini dapat dirumuskan dengan hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>0</sub>** : tidak ada Pengaruh Program Siaran Piala Dunia Qatar 2022 terhadap Tingkat Minat bermain Sepak Bola Warga Rw 02 Pondok Kacang Timur

**H<sub>1</sub>** : ada pengaruh antara Program Siaran Piala Dunia terhadap Tingkat Minat bermain Sepak Bola Warga Rw 02 Pondok Kacang Timur

## 2.4 Kerangka Konsep

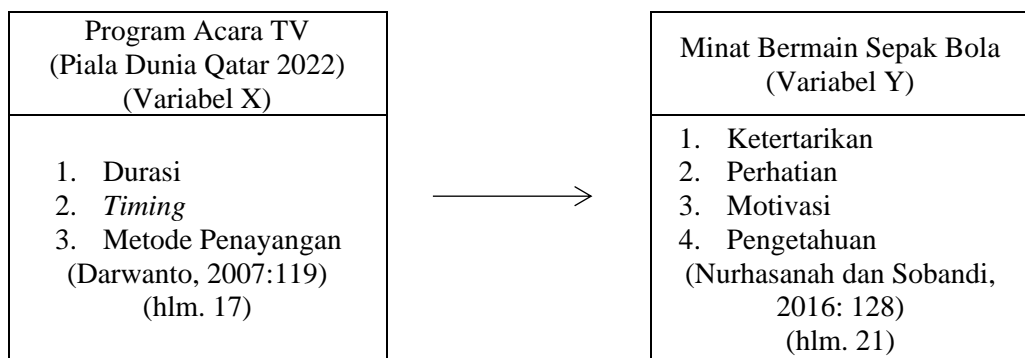
Dalam penelitan ada dua variabel, yaitu terdiri dari variable bebas (Independent) yaitu program acara Piala Dunia Qatar 2022 dan variable terikat (Dependent) yaitu pengaruh Minat bermain Sepak Bola.

- a. Variable bebas ( X ), yaitu gejala, faktor atau unsur yang menentukan atau memperngaruhi adanya atau munculnya gejala atau faktor yang lain. Untuk variable bebas dalam penelitian ini ialah “program acara TV Piala Dunia Qatar 2022“ indikatornya sebagai berikut :
  1. Pemirsa
  2. Durasi
  3. Timing
  4. Metode Penayangan
- b. Variable terikat ( Y ), yaitu adalah sejumlah yang ada atau bisa muncul dipengaruhi oleh variable yang sudah mendahuluinya. Untuk variable terikat

di penelitian ini ialah “pengaruh Minat bermain Sepak Bola“ indikatornya sebagai berikut :

1. Ketertarikan
2. Perhatian
3. Motivasi
4. Pengetahuan

### KERANGKA KONSEP



Konsep di atas tersebut menjelaskan pada dasarnya penelitian ini terdapat adanya dua variable yaitu program acara TV Piala Dunia Qatar 2022 (Variable X) dan Minat Bermain Sepak Bola (Variable Y). penjelasan diatas bermaksud untuk mengetahui yaitu bagaimana pengaruh Minat bermain Sepak Bola program Piala Duunia Qatar 2022 terhadap remaja. Menurut (Darwanto, 2007:119) Penjelasan konsep diatas bahwa program acara TV Piala Dunia Qatar 2022 (Variable X) memiliki indikator/dimensi yaitu pemirsa, durasi, waktu, metode penayangan hal ini akan mempengaruhi minat bermain Sepak Bola (Variable Y) dan mempunyai indikator/dimensi terdiri dari Ketertarikan, perhatian, motivasi, dan pengetahuan menurut (Nurhasanah, Sobandi, 2016).